

**A Exploração Laboral no Setor Têxtil e o Direito do Consumidor à
Informação: Que Convergência?**

**Labour Exploitation in the Textile Sector and the Consumer Right to
Information: What Convergence?**

Maria Miguel Oliveira da Silva

Mestre em Direito Forense e Arbitragem pela NOVA School of Law

Assessora Jurídica e Investigadora do NOVA Consumer Lab

Campus de Campolide, n.º 18 1099-032 Lisboa, Portugal

mariamiguel.oliveirasilva@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3813-2442>

Abril de 2021

RESUMO: O presente artigo visa analisar a interseção entre o direito do consumo e os direitos humanos no setor têxtil. Através da exposição do fenómeno da exploração laboral global no setor do vestuário e do calçado, procura simultaneamente entender se tem o consumidor o direito a ser informado sobre as condições em que o bem que adquire é produzido. Considerando o panorama legislativo atual, especificamente em matéria de direito do consumo, são primordialmente analisados o artigo 8.º da Lei de Defesa do Consumidor e o regime das práticas comerciais desleais. Além disso, é abordada a problemática dos sistemas de certificação atualmente disponíveis, visando entender se as respetivas especificidades e o seu enquadramento legal cumprem a finalidade a que se propõem em geral e se, em particular, se revelam úteis na resolução do problema da exploração laboral no setor têxtil, nomeadamente através do auxílio ao consumidor no caminho da sustentabilidade e de um efetivo *boycott*.

PALAVRAS-CHAVE: setor têxtil; trabalho forçado; exploração infantil; direito à informação; *boycotting* e *boycotting*; sustentabilidade.

ABSTRACT: This article aims to make an analysis of the intersection between consumer law and human rights in the textile sector. By exposing the phenomenon of global labour exploitation in the clothing and footwear sector, it simultaneously seeks to understand whether the consumer has the right to be informed about the conditions under which the good he purchases is produced. Considering the current legislative background, specifically in consumer law, article 8 of the Portuguese Consumer Protection Act and the unfair commercial practices legal regime are analysed. In addition, the certification systems currently available are addressed, aiming to understand if their specific characteristics and their legal framework meet the purpose they are intended for in general and if, in particular, they prove to be useful in solving the problem of labour exploitation in the textile sector, namely by helping the consumer on the path to sustainability and to an effective *boycott*.

KEY WORDS: textile sector; forced labour; child exploitation; the right to information; *boycotting* and *boycotting*; sustainability.

SUMÁRIO:

1. Notas introdutórias
2. O setor têxtil
3. Um problema de direito privado?
4. O direito do consumidor à informação
5. Sistemas de certificação
6. O *buycott* e o *boycott*
7. Notas conclusivas

Bibliografia

1. Notas introdutórias

O direito do consumo tem a particularidade de se intrinchar nas mais variadas secções da vida quotidiana. Em grande medida por integrarmos uma sociedade assente num modelo económico capitalista, sucede-se o desenvolvimento de diferentes indústrias que perseguem a finalidade do lucro. Por este facto, também grande parte dessas indústrias estão orientadas, ainda que indiretamente, para a captação do cliente, tendencialmente um consumidor¹, com o intuito de que aquele adquira ou mantenha a intenção de contratar, gerando, em princípio, mais lucro.

Ora, neste sentido, as normas que tutelam a posição jurídica do consumidor acabam por abranger uma grande fatia da vida quotidiana, conforme dizíamos. Assim, determinada disposição legal tanto poderá ser aplicável a um contrato de compra e venda de um cachecol como a um contrato de crédito. Não é, pois, difícil de antever que o direito do consumo se estende, também, à temática dos direitos humanos. De que maneira? De inúmeras maneiras².

Dentro do conjunto de questões que se suscitam em matéria de direitos humanos, ao objeto do nosso estudo importa, porém e exclusivamente, analisar as condições laborais dos trabalhadores que se dedicam à confeção têxtil, em especial nos países em desenvolvimento. Por sua vez, em matéria de direito do consumo, importa-nos apurar o alcance do direito do consumidor à informação em particular, amplamente acolhido em território nacional. Trata-se, portanto, de perquirir se, por exemplo, ao celebrar um contrato de compra e venda de uma peça de vestuário, tem o consumidor o direito a ser informado de que está, também, a consumir o trabalhador³.

2. O setor têxtil

Estamos convictos de que não deve a teoria furtar-se ao tratamento do problema que lhe dá origem. É essa a razão que justifica a existência deste capítulo.

¹ Sobre o conceito de consumidor, cfr. JORGE MORAIS CARVALHO, *Manual de Direito do Consumo*, pp. 29 e ss.

² Sobre os trabalhadores nas minas de ouro e de diamantes, vide, entre outros, ABOVE GROUND and JUSTIÇA GLOBAL, *Swept Aside. An Investigation into Human Rights Abuse at Kinross Gold's Morro do Ouro Mine*, 2017, disponível no sítio <http://www.global.org.br/wp-content/uploads/2018/01/Swept-Aside.pdf> (último acesso: 31.01.2021); Sobre o trabalho forçado na indústria pesqueira, vide, entre outros, MINDEROO FOUNDATION'S WALK FREE INICIATIVE, *Fishing*, 2018, disponível no sítio <https://www.globalslaveryindex.org/2018/findings/importing-risk/fishing/> (último acesso: 31.01.2021); Sobre a violação de direitos humanos nas minas de cobalto da República Democrática do Congo, vide, entre outros, SOMO (STICHTING ONDERZOEK MULTINATIONALE ONDERNEMINGEN), *Cobalt Blues: Environmental Pollution and Human Rights Violations in Katanga's Copper and Cobalt Mines*, abril de 2016, disponível no sítio <https://www.somo.nl/cobalt-blues/> (último acesso: 31.01.2021); Sobre a exploração animal, vide, entre outros, PETER SINGER, "Todos os animais são iguais", in *Os Animais Têm Direitos?: Perspectivas e Argumentos* (org. e trad. Pedro Galvão), 1.ª edição, Dinalivro, Lisboa, 2011, pp. 25-49.

³ Para um exercício reflexivo sobre o problema, a organização SLAVERY FOOTPRINT disponibiliza, no sítio <https://slaveryfootprint.org>, um questionário que permite calcular, individualmente, quantos trabalhadores em situações degradantes são necessários para sustentar o estilo de vida do indivíduo inquirido.

Estima-se que cerca de 40 milhões de pessoas no mundo são vítimas de escravatura moderna⁴, das quais cerca de 25 milhões são sujeitas a trabalhos forçados⁵. Não existem dados absolutos sobre quantos destes 25 milhões trabalham no setor têxtil, mas sabemos que dentro deste número cabem os trabalhadores que confeccionam muitos desses bens em complexos fabris clandestinos⁶. Uma pessoa já seria uma a mais.

O panorama rapidamente se agrava se se atender, também, aos números da exploração laboral infantil⁷ e da mão-de-obra migrante⁸ no setor têxtil e do vestuário.

O surgimento do trabalho em condições análogas à escravatura não é recente e menos o será no setor têxtil. Uma das razões que mais justifica o recurso à mão-de-obra barata (e, naturalmente, terceirizada) está na cultura da *fast fashion* que, na necessidade de garantir um preço acessível que consinta o descarte fácil e rápido do produto pelo consumidor e o conduza a uma nova aquisição tão brevemente quanto possível, procura incessantemente a redução do custo de produção⁹. Ainda que a ideia tenha sido inaugurada pela *fast fashion* (ou pelo menos a ela atribuída), uma leitura adequada dos relatórios que se sucedem nesta matéria esclarece-nos que o problema se estende a todo o setor têxtil, inclusive ao segmento de luxo¹⁰.

Um custo de produção diminuto é, regra geral, mais acessível nos países em desenvolvimento, onde (i) o custo de vida é, por si só, inferior, justificando salários mais baixos; (ii) onde as regras laborais não existem, não são cumpridas ou, pelo menos, são mais facilmente contornáveis; (iii) onde os mecanismos de denúncia e de fiscalização escasseiam ou são mais

⁴ O conceito de escravatura moderna abarca as figuras do casamento forçado e do trabalho forçado. Dentro do conceito de trabalho forçado, inclui-se o trabalho forçado imposto pelo Estado, a exploração de mão-de-obra forçada e a exploração sexual para fins comerciais.

⁵ Os dados são referentes a 2016. Cfr. INTERNATIONAL LABOUR OFFICE (ILO) & WALK FREE FOUNDATION, *Global Estimates of Modern Slavery: Forced Labour and Forced Marriage*, Geneva, 2017, disponível no sítio http://www.ilo.org/global/topics/forced-labour/publications/WCMS_586127/ (último acesso: 31.01.2021), p. 10.

⁶ Cfr. INTERNATIONAL LABOUR OFFICE (ILO) & WALK FREE FOUNDATION, *Global Estimates of Modern Slavery: Forced Labour and Forced Marriage*, pp. 9 e 10.

⁷ A força de trabalho infantil é largamente utilizada não só por constituir uma fonte de mão-de-obra barata, como por se revelar útil pelos seus "dedos ágeis", tingindo, costurando botões, pregando lantejoulas, etc. Algumas vezes, o empregador paga um valor antecipado aos pais da criança, submetendo-a à escravidão por dívidas. Não esquecer, também, o esquema de Sumangali, em que crianças indianas são recrutadas para trabalhar em fábricas têxteis por períodos de dois a três anos, pernoitando no próprio local de trabalho, sendo os seus salários entregues aos pais findo o período do "contrato". Sobre os temas, vejam-se, por exemplo: CENTRE FOR RESEARCH ON MULTINATIONAL CORPORATIONS, *Fact Sheet: Child Labour in the Textile & Garment Industry - Focus On the Role of Buying Companies*, março de 2014, disponível no sítio http://somo.nl/publications-en/Publication_4058 (último acesso: 31.01.2021); VERITÉ, *Strengthening Protections Against Trafficking in Persons in Federal and Corporate Supply Chains*, 2017, disponível no sítio https://www.responsible sourcingtool.org/download/reports/JTIP_ExecutiveOrder_Report_2017_06.pdf (último acesso: 31.01.2021), p. 131.

⁸ SOMO (STICHTING ONDERZOEK MULTINATIONALE ONDERNEMINGEN), *Migrant Labour in the Textile and Garment Industry: a Focus on the Role of Buying Companies*, fevereiro de 2016, disponível no sítio <https://www.somo.nl/wp-content/uploads/2016/02/FactsheetMigrantLabour.pdf> (último acesso: 31.01.2021); CCC (CLEAN CLOTHES CAMPAIGN), *Annual Report 2019*, 2019, disponível no sítio <https://cleanclothes.org/about/annual-reports> (último acesso: 31.01.2021), p. 5.

⁹ Sobre o *sweating system*, um sistema de produção voltado para a diminuição de custos e maximização de lucros, em que os trabalhadores são sujeitos a laborar exaustivamente em casas que são, na verdade, oficinas de costura, vide RENATO BIGNANI, "Trabalho Escravo Contemporâneo: o Sweating System no Contexto Brasileiro Como Expressão do Trabalho Forçado Urbano", in *Trabalho Escravo Contemporâneo: o Desafio de Superar a Negação* (coord. de Gabriel Velloso e Marcos Neves Fava), 2011, LTr, São Paulo, p. 89.

¹⁰ Veja-se, sobre o tema, a atribuição de pontuação da organização KNOW THE CHAIN a algumas marcas de vestuário e calçado famosas, desde a *fast fashion* às *luxury brands*, consoante o seu desempenho perante os critérios de compromisso e governança, rastreabilidade e avaliação de riscos, práticas de compra, recrutamento de trabalhadores, voz do trabalhador, monitorização e ações corretivas. Cfr. KNOW THE CHAIN, *Apparel & Footwear Benchmark Findings Report*, 2018, disponível no sítio <https://knowthechain.org/resources/companies/> (último acesso: 31.01.2021), p. 7.

facilmente corruptíveis. Falamos de países como, entre outros, o Bangladesh, a Índia, o Taiwan, o Vietname e a China.

Mas não se pense que o problema fica por ali. Também na Europa pululam relatos do problema, numa replicação comportamental pronta a explorar as camadas mais frágeis e desinseridas do sistema de proteção europeu¹¹.

Seria de imaginar a existência de mecanismos nacionais e internacionais aptos a dismantelar um esquema que baseia a sua atuação na amputação de direitos fundamentais irrenunciáveis¹². Contudo, é útil atender ao facto de que uma grande fatia do tecido empresarial de venda têxtil ao consumidor, querendo a todo o custo desvincular-se da responsabilização laboral e criminal (e, particularmente, desvincular-se da responsabilização por parte do seu próprio público), enceta o caminho da terceirização. Abertas as hostilidades, a empresa principal – isto é, a empresa que, no fim de contas, propõe o produto ao consumidor –, ao invés de contratar diretamente o trabalhador que produzirá a matéria-prima, opta por contratar diferentes pequenas empresas que, estas sim, suportarão o vínculo com o trabalhador. Assim que determinado complexo fabril desaba, assim que determinado trabalhador parece de exaustão, assim que se expõe que um conjunto de crianças é pago com um prato de arroz por dia, resta à empresa principal alegar desconhecimento¹³.

De todo o modo, ainda que (i) um salário condigno fosse pago, considerando o custo de vida do país, e (ii) as regras laborais existentes fossem cumpridas, sempre seria de questionar se este tipo de esquema é aceitável, havendo mão-de-obra disponível no país de origem da empresa principal. Porquê? Porque estas cadeias de abastecimento globalmente complexas aglutinam o pior dos dois mundos: por um lado, não incentivam a empregabilidade do país de origem, retirando a possibilidade de os trabalhadores nacionais laborarem nas suas próprias indústrias; por outro, perpetuam a inferioridade salarial do país de contratação da empresa terciária, não alavancando a situação económica dos trabalhadores de quem tira partido. Duas notas sobre o problema: por não alavancagem económica entendemos o facto de se manterem os mesmos salários pagos na região onde a mão-de-obra é procurada, bem se sabendo que

¹¹ Veja-se, sobre a mão-de-obra migrante, VERITÉ, *Strengthening Protections Against Trafficking in Persons in Federal and Corporate Supply Chains*, pp. 129, 130 e 132; INTERFAITH CENTER ON CORPORATE RESPONSIBILITY, *Best Practice Guidance on Ethical Recruitment of Migrant Workers*, abril de 2017, disponível no sítio https://www.iccr.org/sites/default/files/iccrsbestpracticeguidanceethicalrecruitment05.09.17_final.pdf (último acesso: 31.01.2021), p. 24.

¹² Refira-se, desde logo, o ponto 2 da Declaração da Organização Internacional do Trabalho Relativa aos Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho e Respetivo Acompanhamento, de 1998, que estabelece que “todos os Membros, mesmo que ainda não tenham ratificado as convenções em questão, têm o dever, que resulta simplesmente de pertencerem à Organização, de respeitar, promover e realizar, de boa-fé e de acordo com a Constituição, os princípios relativos aos direitos fundamentais que são objeto dessas convenções, a saber: [...] b) A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou obrigatório; c) A abolição efetiva do trabalho infantil; [...]”.

¹³ Sobre o tema, nunca lograríamos dar melhor explicação do que a que nos oferece RHAYZA VIEIRA BERLANZA, “O Trabalho na Indústria Têxtil”, in AA. VV., *Direito da Moda*, Vol. I, CEDIS, 2019, pp. 265-267.

não dignificam a pessoa humana^{14 15}, contribuindo para a escalada da desigualdade global; por outro lado, o paradoxo revela-se na eliminação do cenário exploratório, representando um problema ainda maior: excluindo as multinacionais da equação laboral, os trabalhadores ver-se-ão a braços com uma situação de desemprego.

Em contramovimento ao panorama surge o movimento da *slow fashion*, reclamando o princípio do desenvolvimento sustentável. A *slow fashion* propugna o consumo têxtil não massificado, naturalmente assentando na recusa da produção massificada. Adjacente ao conceito está a ideia de produção ambiental, social e laboralmente responsáveis.

Em contraponto, se a *fast fashion* procura, deliberadamente ou não, ocultar ao consumidor as velhas práticas de exploração laboral terceirizadas, a cultura da *slow fashion*, provavelmente também deliberadamente, insiste na transmissão ao consumidor das premissas em que assenta a sua confeção, por vezes revelando um grau de informatividade extraordinariamente detalhado¹⁶. Seja como for, para que uma empresa possa ser inserida no segmento da *slow fashion*, sempre deverá divulgar a origem (sustentável) dos materiais e as boas práticas da mão-de-obra utilizada pelo produtor¹⁷. Daqui decorre um outro problema, desta feita relacionado com a atribuição dos distintivos que atestam essa mesma sustentabilidade¹⁸.

O trabalho forçado transborda fronteiras, refletindo-se desde os bens alimentares que consumimos aos bens de consumo que adquirimos. Em 2019, Portugal encontrava-se no top 10 dos países que mais tinham feito pela eliminação da escravatura laboral¹⁹. No entanto, permitindo a venda de produtos que têm origem nessas mesmas práticas, não se deixará entrar pela janela o que não se deixa entrar pela porta?

¹⁴ Conforme assevera LÍGIA CARVALHO ABREU, "Os Princípios do Direito da Moda e sua Relevância na Construção e Autonomia de uma Nova Disciplina Jurídica", in AA. VV., *Direito da Moda*, Vol. I, CEDIS, 2019, p. 19, "o respeito do princípio da dignidade da pessoa humana depende da garantia de condições de subsistência condigna que, face à evolução das necessidades de desenvolvimento pessoal do homem situado no seu tempo, não se satisfaz com o simples assegurar de um direito a um mínimo de subsistência. Por conseguinte, um salário que corresponda às necessidades do homem atual é condição necessária do desenvolvimento físico e intelectual, da concretização do direito à propriedade privada, bem como de todos os outros direitos humanos de natureza económica, cultural e social que permitem a autonomia e o desenvolvimento pessoal inerente à dignidade".

¹⁵ Pior do que um salário baixo só mesmo a cobrança feita a trabalhadores migrantes para obtenção de emprego em fábricas têxteis, sendo que, em alguns países, a mão-de-obra migrante perfaz a maioria da força matriz do setor do vestuário. Na Jordânia, 77% dos trabalhadores do setor têxtil são migrantes; nas Maurícias, 44%. Cfr. KNOW THE CHAIN, *Apparel & Footwear Benchmark Findings Report*, pp. 9-12; BETTER WORK, *Jordan - Annual Report 2018: An Industry and Compliance Review*, 2018, p. 11; STATISTICS MAURITIUS, *Digest of Labor Statistics 2017*, 2017, pp. 12 e 99.

¹⁶ Veja-se o caso das marcas que indicam na própria etiqueta de venda ao público o preço que foi pago a cada trabalhador que confeccionou aquela peça têxtil.

¹⁷ LÍGIA CARVALHO ABREU, "Os Princípios do Direito da Moda e sua relevância na Construção e Autonomia de uma nova Disciplina Jurídica", p. 14.

¹⁸ O selo da sustentabilidade deve ser atribuído a um produto ou a um modelo de negócios? Como pode o consumidor confiar na idoneidade ambiental de uma marca de roupa que lança, por vezes simultaneamente, duas coleções de produtos, sendo uma *cruelty free* e outra não? Pode uma marca considerar-se sustentável quando vende um bem confeccionado a partir de resíduos recolhidos do oceano e depois embala o produto num saco de plástico?

¹⁹ MINDEROO FOUNDATION'S WALK FREE INICIATIVE, *Measurement, Action, Freedom: An Independent Assessment of Government Progress Towards Achieving UN Sustainable Development Goal 8.7.*, junho de 2019, disponível no sítio www.globallaveryindex.org/resources/downloads/ (último acesso: 13.01.2021), pp. 8 e 12.

3. Um problema de direito privado?

A primeira questão que se colocará à partida é se o direito privado pode ou deve permitir a intromissão de um problema de direitos humanos na sua esfera regulatória. Para todos os efeitos, a construção dogmática da relação jurídica privada visa, precisamente, dar resposta às idiossincrasias que se edificam entre dois ou mais particulares, abstraindo-se dos demais problemas a que outros ramos do direito oferecem (ou procuram oferecer) resposta.

Por um segmento ideológico que propugna uma maior justiça nas relações privadas, aquela evidência tem sido cada vez mais colocada em causa. Justamente devido às preocupações excessivas com a competitividade e o lucro, com a convivência e facilitação das regras de direito privado²⁰, algumas metas como as da sustentabilidade ambiental e da justiça social têm sido comprometidas²¹. O direito privado transformador aponta, então, para que se repensem algumas das velhas regras de direito privado que comprometem uma sociedade global mais justa, sugerindo, por exemplo, repensar o direito privado ao contrário: considerando a ideia de economia que se pretende obter, desenvolver um direito privado para essa mesma economia²².

Naturalmente que o direito privado transformador representa uma perspectiva crítico-reflexiva, pelo que, embora interessante ideia promissora, não oferece resposta imediata ao problema que se nos coloca. Assim, novamente se pergunta: poderá ser este um problema de direito privado?

Avançando com o entendimento de que este é, sim, também um problema de direito do consumo (veremos adiante porquê), por maioria de razão é este um problema de direito civil²³ e, portanto, um problema de direito privado²⁴. De resto, parece ser cada vez mais pacífico que “o Estado e até organizações internacionais podem intervir na regulação de atividades comerciais para proteger os direitos humanos”²⁵. Se, à primeira vista, poderia causar estranheza que a violação de direitos fundamentais de um ente externo à relação contratual pudesse comprometer essa mesma relação, o direito do consumo tem sido pioneiro na consagração de soluções legais que extravasam o núcleo do sinalagma, diligenciando por uma

²⁰ De acordo com a perspectiva de KLAAS HENDRIK ELLER, “Unboxing Transformative Private Law”, in *Transformative Private Law Blog*, 22 de outubro de 2020, disponível em <https://transformativeprivatelaw.com/unboxing-transformative-private-law/> (último acesso: 31.01.2021), “o papel do direito na manutenção dos modelos atuais de organização socioeconómica [...] está ancorado no imaginário da lei de como a economia política e os mercados devem ser organizados através de instituições como o crédito, a propriedade, o trabalho, o imposto, o dinheiro ou o capital” (tradução nossa).

²¹ Numa perspectiva contemporânea esclarecedora e por um direito privado transformador, STEVE HEDLEY, “Marija Bartle: The Idea of Transformative Private Law”, in *Private Law Theory Blog*, 2 de março de 2020, disponível no sítio https://private-law-theory.org/?page_id=22735 (último acesso: 31.01.2021).

²² *Idem*.

²³ JOSÉ DE OLIVEIRA ASCENSÃO, *O Direito: Introdução e Teoria Geral*, 13.ª edição refundida, Almedina, Coimbra, 2006, p. 360.

²⁴ CARLOS ALBERTO DA MOTA PINTO, *Teoria Geral do Direito Civil*, 4.ª edição (reimpressão), Coimbra Editora, Coimbra, 2012, pp. 35 e 36.

²⁵ LÍGIA CARVALHO ABREU, “Os Princípios do Direito da Moda e sua Relevância na Construção e Autonomia de uma Nova Disciplina Jurídica”, p. 12.

ideia de justiça mais global²⁶. A multidisciplinariedade do direito do consumo não é, de resto, nenhuma novidade²⁷.

Vejamos, então, porque é que a exploração laboral no setor têxtil pode conformar um problema de direito do consumo e se este poderá vir a revelar-se uma boa ferramenta jurídica para o resolver.

4. O direito do consumidor à informação

Se há finalidade perseguida pelo direito do consumo é a de garantir que a decisão do consumidor de contratar é tomada de forma esclarecida²⁸. O direito à informação, de resto com assento constitucional (artigo 60.º da CRP), é um instrumento ativo de pressão sobre o profissional para que comunique ao consumidor o clausulado principal do contrato que propõe, bem como determinados dados relacionados de que o consumidor não dispõe e os quais não conseguiria de outro modo obter (ou, podendo, ser-lhe-ia difícil).

O artigo 8.º da Lei de Defesa do Consumidor (daqui em diante, LDC), que prevê o direito à informação em particular, atesta, no seu n.º 1, que o profissional deve, obrigatoriamente, informar o consumidor sobre: a) características do bem ou serviço; b) identidade do profissional; c) preço total; d) modo de cálculo do preço; e) (eventuais) encargos suplementares; f) modalidades de pagamento, entrega ou execução; g) sistema de tratamento de reclamações e litígios; h) vigência e denúncia do contrato; i) garantia de conformidade dos bens e respetivo prazo; j) funcionalidades dos conteúdos digitais; k) interoperabilidade dos conteúdos digitais; l) consequências do não pagamento do preço. Incumpridos estes deveres de informação e dele resultando o comprometimento de uma adequada utilização do bem ou serviço, estabelece o n.º 4 que o consumidor tem o direito à resolução do contrato²⁹.

O elenco das informações a prestar parece não ser taxativo, podendo exigir-se mais informação ao profissional do que aquela que é indicada no diploma. Deste modo, pode argumentar-se que poder-lhe-ia ser exigível a indicação das condições laborais em que determinado bem foi confeccionado. Mas será que um diploma de caráter geral pretende ir tão longe? Importa atender ao conteúdo do artigo 5.º da Diretiva 2011/83/UE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro, que deu origem a este artigo 8.º da LDC. Efetivamente, ao contrário do que resulta da LDC, a arquitetura da disposição da Diretiva não

²⁶ Veja-se, por exemplo, a nova Diretiva sobre a venda de bens de consumo (Diretiva 2019/771 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de maio de 2019), que passa a exigir a previsão de hierarquia entre os direitos de reparação, substituição, redução do preço e resolução do contrato, limitando o leque completo de opções a que o consumidor tinha direito e incentivando-o a dar primazia à reparação do bem, normalmente a solução menos apreciada, em ordem à transição para uma sociedade mais sustentável.

²⁷ CARLOS ALBERTO DA MOTA PINTO, ANTÓNIO PINTO MONTEIRO E PAULO MOTA PINTO, *Teoria Geral do Direito Civil*, 4.ª edição, Coimbra Editora, Coimbra, 2005, p. 54; ANTÓNIO PINTO MONTEIRO, "O Papel dos Consumidores na Política Ambiental", in *Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra*, Vol. LXXII, 1996, p. 386.

²⁸ JORGE MORAIS CARVALHO, *Manual de Direito do Consumo*, p. 162.

²⁹ O diploma refere, antes, um direito de retratação. Sobre o tema, vejam-se CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA, *Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2005, p. 113; JORGE MORAIS CARVALHO, *Manual de Direito do Consumo*, p. 195.

parece sugerir um elenco exemplificativo, mas sim taxativo, considerando a utilização da expressão “[...] o profissional fornece ao consumidor, de forma clara e compreensível, a seguinte informação [...]”. Por outro lado, o Considerando 12 menciona a “possibilidade de os Estados-Membros imporem requisitos de informação suplementares aos prestadores de serviços estabelecidos no seu território”, não tendo o legislador português optado por incluir uma informação desta natureza no elenco exemplificativo.

Ainda assim, em matéria de vestuário, o consumidor beneficia da comunicação de outras informações, por imposição de normativa específica, como a da composição do produto têxtil³⁰, e, por cortesia do profissional, a das instruções de lavagem e da proveniência da peça de roupa (o conhecido *made in*)³¹.

O *made in*, que muito poderia ter visto ser-lhe apontado, somente se viu ativamente envolvido na polémica da violação da obrigação de informar em língua portuguesa³². Nunca é tarde para referir que a proveniência do têxtil só será relevante para uma sociedade de consumo que privilegie a compra nacional, fechada sobre si própria, incentivadora do repúdio pelo que é (ou lhe parece) estrangeiro. Efetivamente, o *made in* informa o consumidor sobre a proveniência geográfica do têxtil, que é uma informação bastante dispensável num quadro de economia global. O *made in* indica ao consumidor qual é a nacionalidade do bem que está a adquirir, nada dizendo sobre a qualidade do mesmo, sobre a técnica de transformação, sobre o impacto ambiental, sobre as condições laborais dos trabalhadores que o produziram, de resto informações bem mais úteis à promoção de um consumo consciente. O *made in*, arriscamos a dizer, alimenta estereótipos acerca das boas e más práticas, contribuindo paradoxalmente para a desinformação do consumidor.

Se se pensa que o *made in EU* representa um produto têxtil salvaguardado eticamente, repense-se³³. Neste caso, todavia, não está em discussão se o *made in EU* sugere, a um consumidor europeu, que se trata de um produto mais interessante do ponto de vista ambiental, pelo menos considerando a necessidade de transporte menos impactante, dada a proximidade entre Estados-Membros. Mas até este contra-argumento parece não ser tão relevante assim, já que, apenas analisando o impacto do transporte do produto, um bem importado de Marrocos para Portugal implica menos combustível do que o mesmo bem importado da Alemanha.

³⁰ Decreto-Lei n.º 257/2012, de 29 de novembro, que assegura a aplicação efetiva do Regulamento (UE) n.º 1007/2011, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de setembro de 2011, alterado pelo Regulamento Delegado (UE) n.º 286/2012, da Comissão, de 27 de janeiro de 2012, relativo às denominações das fibras têxteis e à correspondente etiquetagem e marcação da composição em fibras dos produtos têxteis.

³¹ DIREÇÃO-GERAL DO CONSUMIDOR, *Vestuário e Calçado*, junho de 2015, disponível no sítio https://a5fc73e9-5e17-4fda-8798-f8d8a4e16188.filesusr.com/ugd/6ac35c_8e212a7017e04e40832f1bd4d40fb4a9.pdf (último acesso: 31.01.2021), p. 5.

³² Parecer do Conselho Consultivo da PGR, disponível no sítio <http://www.dgsi.pt/pgpr.nsf/7fc0bd52c6f5cd5a802568c0003fb410/cde89247b5beab4b80258296005687ef?OpenDocument&ExpandSection=-4>.

³³ A exploração de trabalhadores que se deslocam dentro dos Estados-Membros da UE ou de um país terceiro para a UE a fim de exercerem a sua profissão, entre outros, no setor têxtil, tornou-se uma atividade dramaticamente usual. Cfr. FRA - AGÊNCIA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DA UNIÃO EUROPEIA, *Severe Labour Exploitation: Workers Moving Within or Into the European Union. States' Obligations and Victims' Rights*, 2015, disponível no sítio <https://fra.europa.eu/en/publication/2015/severe-labour-exploitation-workers-moving-within-or-european-union> (último acesso: 31.01.2021), p. 23.

Além disso, se se pensa que o *made in EU* esclarece bem o consumidor em geral, pense-se numa peça de vestuário confeccionada na União Europeia que, ainda que respeitando os direitos dos trabalhadores na sua fabricação, pode ter sido transformada com matérias-primas que implicaram a violação de direitos humanos na sua extração.

Uma situação simétrica a esta contará com o selo *made in EU*, já que foi, efetivamente, fabricada na União Europeia, mas defraudará a expectativa de um consumidor interessado no problema, que fica sem saber a origem da matéria-prima que deu origem ao produto final. Inclusivamente, uma situação desta natureza poderá vir a constituir uma prática comercial desleal, nomeadamente uma ação enganosa³⁴, nos termos do artigo 7.º, n.º 1 b) do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, uma vez que sugere ao consumidor determinada “origem geográfica” que não corresponde, bem vistas as coisas, à realidade, problema agravado por contar com a conivência legal da arquitetura do *made in*, que estabelece que o país que consta no sufixo da expressão é o último lugar da transformação³⁵.

Dito isto, não nos parece que a elevação a requisito de venda ao público da indicação da proveniência do têxtil possa solucionar o problema do bom esclarecimento do consumidor em matéria de sustentabilidade social do bem.

Assim, com uma redação como a atual da LDC o consumidor não está devidamente protegido nesta matéria³⁶. Não conta, também, com legislação especial que lhe possa suprir uma dificuldade informativa a que (em princípio) só o profissional está em condições de saber. Estaremos mesmo diante de uma informação a que o consumidor deve ter direito?

Recuperemos o que dizíamos. O direito à informação está pensado para dotar o consumidor de um determinado número de informações específicas que o legislador considerou serem-lhe úteis à tomada de decisão no momento de contratar. O consumidor deve ter acesso ao preço a pagar pelo bem ou serviço porque é um dado (quase sempre) fulcral na tomada de decisão. O consumidor deve ser informado sobre as características do bem ou serviço porque a existência ou inexistência de determinada característica pode incentivá-lo ou dissuadi-lo da compra. O consumidor deve até ser informado sobre as diferentes modalidades de pagamento existentes, permitindo-lhe avançar, adiar ou desistir do contrato com base nesse pormenor logístico. E, se percorrêssemos o catálogo de todas as informações a que o consumidor tem direito, concluiríamos que elas são obrigatórias para o bom esclarecimento da decisão de

³⁴ Só não será uma omissão enganosa, nos termos do artigo 9.º do mesmo diploma, porque não “omite uma informação com requisitos substanciais para uma decisão comercial esclarecida do consumidor”, sendo que, no n.º 3, se especifica que “são considerados substanciais os requisitos de informação exigidos para as comunicações comerciais na legislação nacional decorrentes de regras comunitárias”, não resultando de nenhuma delas a obrigatoriedade direta de indicar esta informação.

³⁵ Nos termos do artigo 6.º, n.º 2 do Código Aduaneiro Comunitário, “considera-se que uma mercadoria em cuja produção intervêm dois ou mais países ou territórios é originária do país ou território onde se realizou o último processamento ou operação de complemento de fabrico substancial, economicamente justificado, efetuado numa empresa equipada para esse efeito, que resulte na obtenção de um produto novo ou que represente uma fase importante do fabrico”.

³⁶ Parece-nos que só uma interpretação demasiado extensiva do artigo 8.º, n.º 1 a) da LDC poderia fundamentar a obrigação de informar neste sentido. Sobre o tema, escrevemos já em MARIA MIGUEL OLIVEIRA DA SILVA, “€199,99 Para Quem? Entre o Direito do Consumo e os Direitos Humanos”, in *Casos Práticos Resolvidos de Direito do Consumo* (coord. Jorge Morais Carvalho e Maria Miguel Oliveira da Silva), Vol. II, Almedina, Coimbra, 2020, pp. 27-32, p. 31.

contratar. Ora, a informação de que o produto foi confeccionado por trabalhadores vítimas de exploração laboral não será um dos maiores inibidores dessa decisão?

Há pouca margem para dúvidas no que toca a considerar a exploração laboral um dado crucial no desincentivo à contratação por parte do consumidor, sobretudo quando do que se trata é do setor do vestuário. Muitos reclamam um verdadeiro “direito a saber”, atribuindo primordialmente às empresas o dever de divulgar essa informação. Se, por um lado, se acredita que o melhor meio de combater o problema é transferir o ónus da não contratação para a esfera do consumidor, por outro se alega a ineficácia prática da rotulagem³⁷. O que é certo é que, mesmo atribuindo dificuldades aos sistemas de certificação, a pertinência da informação ao consumidor sobre a exploração laboral não tem conhecido muitos opositores. Chegarão vozes no sentido de que o consumidor também tem o direito a não saber. No entanto, parece estar mesmo em marcha um movimento de apelo às iniciativas que promovam ações que permitam ao consumidor “avaliar a probabilidade de as suas compras terem sido produzidas em condições de trabalho exploratórias”³⁸.

Assistimos já a um pequeno passo nesta matéria com a Diretiva 2014/95/UE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de outubro de 2014, que altera a Diretiva 2013/34/UE (sobre a divulgação de informações não financeiras e sobre a diversidade), no sentido de exigir às empresas de grande dimensão a apresentação, no relatório de gestão, de uma demonstração não financeira, que deve disponibilizar “as informações bastantes para uma compreensão da evolução, do desempenho, da posição e do impacto das suas atividades, referentes, no mínimo, às questões ambientais, sociais e relativas aos trabalhadores, à igualdade entre mulheres e homens, à não discriminação, ao respeito dos direitos humanos, ao combate à corrupção e às tentativas de suborno”³⁹. Porém, nem mesmo uma imposição desta natureza configura uma medida adaptada a uma adequada informação ao consumidor, já que exige um comportamento proativo de investigação sobre o bem e o profissional. Não foi, de todo o modo, o objetivo do diploma, razão pela qual se aplaude a iniciativa mas se considera que não tem o alcance necessário à resolução do problema.

Que caminho percorrer, então, para a promoção de uma eficaz informação do consumidor neste âmbito?

Duas vias poderão estar aqui em causa como eventual solução para o problema:

- (i) Acrescentar uma nova alínea ao artigo 8.º, n.º 1 da LDC, exigindo claramente ao profissional uma indicação desta índole;

³⁷ Parece, ainda assim, ser bastante líquido que “os consumidores que se preocupam com condições de trabalho humanas devem ter o direito a saber quando estão a comprar um produto com um risco sério de ter sido produzido em condições de exploração” (tradução nossa). FRA - AGÊNCIA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DA UNIÃO EUROPEIA, *Severe Labour Exploitation: Workers Moving Within or Into the European Union. States’ Obligations and Victims’ Rights*, p. 16.

³⁸ CONSTANTINOS MANOLOPOULOS, no prefácio de FRA - AGÊNCIA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DA UNIÃO EUROPEIA, *Severe Labour Exploitation: Workers Moving Within or Into the European Union. States’ Obligations and Victims’ Rights*, p. 3.

³⁹ Artigo 66.º-B do Código das Sociedades Comerciais.

- (ii) Criar, à semelhança da solução da composição do produto têxtil, um diploma que obrigue à indicação dessas condições laborais.

Prossigamos, então, com alguns argumentos desincentivadores de cada uma das soluções:

O surgimento de uma nova alínea no artigo 8.º, n.º 1, ainda que resolvendo de uma assentada o vazio legal na matéria apresentada ao abrir o leque de possibilidades das informações a que o profissional está adstrito, sem remeter o tema para a margem da interpretação, despoleta um outro problema que é o de saber se a inclusão de uma obrigação desta natureza deve estar plasmada num diploma geral, por regra voltado para a aplicação de uma generalidade de situações e não para uma particularidade delas, como a do caso apresentado. De todo o modo, a própria opção pelo recurso a uma disposição com elenco não taxativo não é de saudar, já que é sabido que as normas de direito de consumo devem pautar-se pela clareza, exatidão e recusa da ambivalência, considerando que os destinatários das normas não são sempre juristas e que é uma área onde os consumidores podem “litigar” pela sua mão, através da resolução alternativa de litígios.

Outro contra-argumento, todavia, é ainda o problema de a LDC não ter um regime contraordenacional aplicável, podendo fazer redundar numa solução legal sem consequência grave ou sancionatória para a violação do dever de informar⁴⁰.

A criação de um diploma avulso sobre a matéria teria a vantagem de regular mais detalhada e atentamente uma questão desta índole. Contudo, pecaria por perpetuar a dispersão de normas aplicáveis em matéria de direito do consumo. Atendendo ao atual panorama legislativo, julgamos ainda assim ser, neste momento, a melhor hipótese para (tentar) regular o problema, dotando-o de especificidade normativa e de consequências jurídicas materialmente adequadas, optando ou não pela obrigatoriedade de aderir a um sistema de certificação.

Entretanto, sem disposição legal específica sobre o problema, pode por agora o consumidor valer-se do regime das práticas comerciais desleais, alicerçando-se na desonestidade da indicação da origem geográfica e responsabilizando o profissional pela prática de uma ação enganosa, nos termos acima descritos, através da anulação do contrato, pedido de ressarcimento nos termos gerais e recurso a ação inibitória. Mas espera-lhe um longo caminho e, no fim de contas, o problema só estará resolvido no singular, pelo menos se tiver vários bens diferentes que padeçam do mesmo mal.

⁴⁰ A existir uma obrigação legal de informar sobre as condições em que um artigo têxtil é confeccionado, nomeadamente através da inserção de uma alínea no artigo 8.º, n.º 1, as únicas consequências possíveis, considerando a arquitetura da disposição, sempre seriam as disponibilizadas pelos n.ºs 4, 5 e/ou 7 do mesmo artigo, a saber: resolução do contrato, responsabilidade por danos, pagamento de custas processuais. As duas últimas são, como se depreende, soluções pouco arrojadas para responder ao problema, já que envolve uma ação pós-contratual por parte do consumidor, um ator pouco litigante por princípio. A resolução do contrato poderá, eventualmente, ser uma solução interessante para o consumidor, mas muito discutível a sua admissibilidade.

Assim sendo, que o consumidor deve ser informado sobre um fator determinante como o da exploração do trabalhador que lhe confeccionou a peça têxtil não há dúvida. Resta é saber através de que meio deve ele ser informado.

5. Sistemas de certificação

O princípio da rastreabilidade e da divulgação da origem assenta na ideia de que o agente económico deve zelar pelo acompanhamento efetivo de todas as fases envolvidas na criação de um produto, “desde a produção, extração, colheita, lapidação ou comercialização da matéria-prima utilizada, passando pelo fabrico do produto final, sua distribuição e comercialização de forma a demonstrar com transparência e veracidade que o produto está associado a atividades que respeitam os direitos humanos e o ambiente”⁴¹. Deste princípio decorre, bem assim, a exigência de controlar o grau de sustentabilidade, a consideração pelos direitos humanos, o suporte dos custos de potenciais ameaças e respetivas medidas de prevenção e o dever de identificar a origem, características e história do produto⁴².

O primeiro obstáculo que se apõe ao cumprimento de tão salutar princípio é precisamente esse: garantir o seu cumprimento. A grande maioria dos sistemas de certificação existentes é optativa, transferindo-se para a esfera do agente económico a opção de adesão a qualquer um deles. Assim sendo, neste panorama, pouco ou nada se altera no estado das coisas, sendo certo que os agentes económicos que se pretende demover de determinadas práticas evitarão, simplesmente, o processo de certificação.

O segundo obstáculo é o da falta de credibilidade dos sistemas de certificação. Por um lado, aponta-se o problema da proliferação de sistemas de certificação, vulgarizando o ato de atestar certa qualidade de determinado produto⁴³. Por outro, reclama-se a necessidade de implementar sistemas fiáveis e eficazes de certificação⁴⁴. Ainda, exige-se que a atribuição de certificados se reja pelos mesmos critérios e padrões avaliativos em todos os países, não deixando margem para dois pesos e duas medidas⁴⁵.

O terceiro obstáculo apontado é o da ineficácia da medida perante os consumidores, isto é, perante o público-alvo que se pretende efetivamente alcançar. Ora, parece-nos ser este o argumento de menor importância. Evidentemente que a alteração do padrão comportamental médio de consumo dificilmente alcança uma efetividade total, havendo sempre margem para desvios do caminho que se pretende percorrer. Ainda assim, muitos outros consumidores

⁴¹ LÍGIA CARVALHO ABREU, “Os Princípios do Direito da Moda e sua Relevância na Construção e Autonomia de uma Nova Disciplina Jurídica”, pp. 17 e 18.

⁴² LÍGIA CARVALHO ABREU, “Os Princípios do Direito da Moda e sua Relevância na Construção e Autonomia de uma Nova Disciplina Jurídica”, p. 18.

⁴³ LÍGIA CARVALHO ABREU, “Os Princípios do Direito da Moda e sua Relevância na Construção e Autonomia de uma Nova Disciplina Jurídica”, p. 16.

⁴⁴ FRA - AGÊNCIA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DA UNIÃO EUROPEIA, *Severe Labour Exploitation: Workers Moving Within or Into the European Union. States’ Obligations and Victims’ Rights*, p. 16.

⁴⁵ FRA - AGÊNCIA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DA UNIÃO EUROPEIA, *Severe Labour Exploitation: Workers Moving Within or Into the European Union. States’ Obligations and Victims’ Rights*, p. 59.

existem que se dedicam a um breve estudo e procedem a uma análise rápida do produto e respetivo rótulo. O direito à informação visa informar o consumidor que pretende (ou está disponível para) ser informado. Se um determinado consumidor se dirige a um estabelecimento de venda de eletrodomésticos e seleciona o primeiro televisor que se lhe apresenta, desconsiderando o preço por lhe ser indiferente, ninguém duvida de que os restantes consumidores têm o direito a ser informados do custo do equipamento. O mesmo raciocínio se aplica no nosso caso. O profissional deve informar o consumidor acerca das condições de confeção da peça têxtil porque (i) os consumidores arrogam-se (cada vez mais) esse direito a serem informados sobre o tema; (ii) é um excelente método de pressão sobre o profissional para que não disponibilize produtos que possam implicar uma ou várias violações de direitos humanos.

Apesar de todos os defeitos que se lhe podem ser apontados, os sistemas de certificação cumprem um objetivo benigno de informação ao consumidor, sendo uma marca visível que, se primar pelo rigor no atestamento, revela-se um instrumento prático, acessível e universal de transmissão da informação. Além disso, anuncia-se como uma ferramenta dotada de maior escrutínio pelas entidades emissoras e fiscalizadoras (assim estas existam), traduzindo-se numa interessante via de comunicação idónea com o consumidor.

Se ao consumidor é útil, para não dizer determinante, que certo produto ou marca cumpram uma exigente política de responsabilidade social, não lhe bastará que o produtor ou o vendedor lho garantam⁴⁶. O consumidor atento saberá duvidar da credibilidade de uma garantia nesses moldes, não atestada por uma entidade imparcial e externa. Por outro lado, o consumidor desatento, provavelmente o médio, admitirá a veracidade de conceitos que, podendo ser livremente utilizados pelo profissional e incluídos no produto, induzi-lo-ão em equívoco por, efetivamente, serem conceitos que não concluem certificação alguma, apenas sugerindo uma qualquer ideia de sustentabilidade, e.g.: “produzido a partir de extratos naturais”, “produto consciente”, “confeccionado nos Himalaias” ou “coleção Al Gore”. É, na nossa ótica, esta a grande mais-valia dos sistemas de certificação: representar um mecanismo isento, incompleto e identificável⁴⁷. Note-se: é a grande mais-valia dos sistemas de certificações, não necessariamente a dos modelos de certificação que se têm praticado.

À data de hoje, existem já diferentes sistemas de certificação disponíveis e suscetíveis de aplicação no setor têxtil:

⁴⁶ LÍGIA CARVALHO ABREU, “Os Princípios do Direito da Moda e sua Relevância na Construção e Autonomia de uma Nova Disciplina Jurídica”, p. 15.

⁴⁷ Conforme nos indica e bem CATARINA BARREIROS, *NOVA Consumer Podcast*, Temporada 2, Episódio 1, minutos 24:16-24:20, disponível no sítio <https://youtu.be/uKPOIDYlqi0>, o consumidor tem de ter a informação na palma da mão.

1.		<p>A marcação CE visa transmitir às autoridades nacionais e aos consumidores que os produtos estão em consonância com os requisitos exigíveis em matéria de segurança e proteção de saúde. Não sendo uma certificação específica do setor têxtil, é obrigatória para determinado conjunto de produtos⁴⁸, entre eles, os equipamentos de proteção individual;</p>
2.		<p>O EMAS (Sistema Comunitário de Ecogestão e Auditoria) é um mecanismo criado pela Comissão Europeia para melhorar o desempenho ambiental das organizações e comunicá-lo ao público, sendo uma adesão que pode ser feita por qualquer empresa, inclusive no setor têxtil, não sendo porém obrigatória;</p>
3.		<p>O RWS (<i>Responsible Wool Standard</i>) e o RDS (<i>Responsible Down Standard</i>) são certificados de reconhecimento de boas práticas holísticas no bem-estar animal na confeção do produto, em particular das ovelhas (que originam a lã) no caso do RWS e dos patos e gansos (que originam as penas) no caso do RDS;</p>
4.		<p>O EU Ecolabel é o rótulo ecológico da UE que atesta, no caso dos produtos têxteis, a produção sustentável das fibras, a durabilidade do produto, um processo produtivo menos poluente e a restrição à utilização de substâncias perigosas⁴⁹. Entre outros critérios para obtenção do certificado, encontra-se a responsabilidade social das empresas, sendo necessário que nos locais de corte, fabricação e acabamento do produto sejam respeitados os direitos laborais fundamentais descritos pela OIT⁵⁰.</p>
5.		<p>A OEKO-TEX é uma etiqueta que pretende auxiliar o consumidor a tomar decisões de transação têxtil mais sustentáveis, apresentando 6 possibilidades de certificação:</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) Standard 100: identifica que todos os tipos de têxteis encontrados no produto foram testados quanto a substâncias nocivas; (ii) Leather Standard: identifica que os produtos de couro foram testados quanto a substâncias nocivas; (iii) STeP: certifica as instalações de produção que fabricam produtos têxteis e de couro em condições de produção sustentáveis, designadamente ao nível da responsabilidade social, proteção da saúde e segurança no trabalho; (iv) Detox To Zero: monitoriza a gestão de produtos químicos e a qualidade das águas residuais;

⁴⁸ Podem ser consultados no sítio <https://www.asae.gov.pt/fiscalizacao-economica/informacoes-sobre-atividades-economicas/marcacao-ce.aspx> (último acesso: 31.01.2021).

⁴⁹ Cfr. THE EU ECOLABEL FOR TEXTILES PRODUCTS, “The Official European Label for Greener Products”, disponível no sítio https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/textile_factsheet.pdf (último acesso: 31.01.2021).



⁵⁰ Nomeadamente a abolição do trabalho forçado, a liberdade de associação e organização, a igualdade de remuneração, a não-discriminação, a segurança e saúde, a *Minimum Age Convention* e a eliminação das piores formas de trabalho infantil. Cfr. Critério 26 da Decisão da Comissão Europeia, de 5 de junho de 2014, que estabelece os critérios ecológicos para a obtenção do EU Ecolabel nos produtos têxteis.

	   	<p>(v) Eco Passport: identifica produtos químicos e corantes utilizados no setor têxtil e do couro que não são prejudiciais à saúde e são ecologicamente benignos.</p> <p>(vi) Made in Green: identifica têxteis e artigos em couro sem substâncias nocivas, bem como atesta a fabricação em condições sustentáveis e socialmente responsáveis⁵¹.</p>
6.		<p>O GOTS (<i>Global Organic Textile Standard</i>) é um sistema de garantia de qualidade baseado no escrutínio e certificação no local de toda a cadeia de abastecimento têxtil, inspecionado anualmente. Entre os diferentes critérios para obtenção do certificado, encontra-se a necessidade de verificação da responsabilidade social⁵². É possível obter dois tipos de certificados distintos:</p> <p>(i) Scope Certificates (SCs), que atestam que o fornecedor preenche todos os critérios para produzir mercadorias GOTS;</p> <p>(ii) Transaction Certificates (TCs), que atestam que a mercadoria em si cumpre todos os critérios do produto GOTS.</p>
7.		<p>A WRAP (<i>Worldwide Responsible Accredited Production</i>) é o maior programa de certificação ambiental e laboral na produção de bens de consumo que exigem mão-de-obra intensiva. A avaliação feita por esta entidade tem em consideração 12 parâmetros, entre eles a proibição do trabalho forçado e do trabalho infantil, a proibição do assédio e abuso, a remuneração e benefícios dos trabalhadores, o horário de trabalho e a proibição de discriminação. A certificação é concedida por um período de seis meses a 2 anos⁵³.</p>
8.		<p>O GRS (<i>Global Recycle Standard</i>) é um certificado que identifica e rastreia o conteúdo reciclado (essencialmente) dos têxteis ao longo de toda a cadeia. Verifica alguns requisitos ambientais e as responsabilidades sociais exigidas pela OIT. Avalia também a utilização de produtos químicos nos bens.</p>
9.		<p>A certificação de acordo com a norma SA 8000 permite verificar se determinada organização tem em consideração o impacto social das suas atividades, controlando o respeito pelos direitos humanos e as condições em que os seus trabalhadores, fornecedores e parceiros trabalham. A norma considera as convenções estabelecidas pela OIT, DUDH e Convenção das Nações Unidas para os Direitos das Crianças.</p>

⁵¹ A informação encontra-se disponível no sítio <https://www.oeko-tex.com>.

⁵² A informação encontra-se disponível no sítio <https://global-standard.org/>.

⁵³ A informação encontra-se disponível no sítio <https://wrapcompliance.org/>.

10.	 	<p>A certificação Fairtrade representa os bens produzidos e comercializados de forma justa, isto é, que atendem preocupações de caráter social, ambiental e económico.</p> <p>Sob o chapéu "Fairtrade", existem diversas certificações para diferentes indústrias e setores, entre elas o rótulo "Fairtrade - Textile Production", que exige uma produção ética do tecido ou da peça de vestuário⁵⁴.</p>
-----	--	---

Para a investigação em análise, seria útil a consideração de um sistema de certificação que (i) ou certificasse que o produto têxtil foi extraído e produzido através de práticas socialmente sustentáveis; (ii) ou atestasse que a produção de qualquer bem, em geral, respeitou os trabalhadores. Neste sentido, apenas os sistemas elencados entre o ponto 4 e o ponto 10 poderão ser proveitosos para o caso, já que apenas esses têm em consideração a situação em análise.

Restam poucas dúvidas sobre a impertinência da sugestão de um novo método de certificação. De facto, com uma gama tão alargada de opções só no setor têxtil, julgamos estar esgotado o espaço para a criação de um novo rótulo de atestamento, pelo menos no que aos direitos dos trabalhadores diz respeito. Inclusive, julgamos que esta proliferação desenfreada de métodos de certificação apenas desvirtua o objetivo do sistema, sendo muito mais útil à eficácia da medida a existência de apenas um sistema de certificação universal. Vamos até mais longe: será mais útil que dentro desse sistema de certificação não haja margem para subalíneas de atestamento, isto é, que a obtenção de certificação seja uma solução de *win or lose*, não permitindo à organização, por exemplo, reprovar na obtenção do (sub) certificado de boas práticas laborais mas ser aprovado na obtenção do (sub) certificado de boas práticas ambientais⁵⁵.

Assim sendo, parece-nos avisado um sistema de certificação universal que encerre em si todas as virtualidades de um selo sustentável, incluindo, cumulativamente, uma avaliação ambiental e social. Além disso, é imperativo que a sujeição dos agentes económicos à avaliação por este sistema universal se torne obrigatória⁵⁶, eliminando a voluntariedade da adesão. Deste modo, ao inspecionar a embalagem ou a etiqueta de um produto, o consumidor estará capacitado

⁵⁴ As informações encontram-se disponíveis no sítio <https://www.fairtrade.net/>.

⁵⁵ Veja-se, por exemplo, o caso da FAIRTRADE, que permite obter uma certificação FAIRTRADE branca ou preta, sendo que a certificação preta significa que todos os materiais/ingredientes têm certificado FAIRTRADE e a certificação branca apenas atesta que um material/ingrediente em concreto tem certificado FAIRTRADE. Esta e muitas outras possibilidades desvirtuam completamente o sistema, desde logo induzindo o consumidor em erro, já que não é intuitivo que a diferença de cores sugira uma distinção desta índole. Além disso, o consumidor que procura um selo de certificação num produto, procura encontrar um atestamento da sustentabilidade global desse mesmo produto, dificilmente estando interessado em saber que a produção do algodão respeitou os direitos dos trabalhadores, mas a do poliéster não (hipoteticamente).

⁵⁶ À semelhança, por exemplo, do sistema de certificação do processo Kimberley para o comércio internacional de diamantes em bruto, instituído pela Resolução n.º 55/56 da Assembleia Geral das Nações Unidas e regulado em Portugal pela Lei n.º 5/2015, de 15 de janeiro, tendo como principal intuito proibir o fluxo comercial de diamantes provenientes de zonas de conflito, onde a exploração é controlada por movimentos rebeldes e os diamantes servem para financiar conflitos armados que visam desestruturar governos legítimos. A informação encontra-se disponível no sítio <https://www.kimberleyprocess.com/en/what-kp>.

para procurar um só símbolo, que lhe atestará a sustentabilidade ambiental e social do bem. Porque a sujeição a avaliação seria obrigatória, o consumidor saberia fazer a leitura do facto de determinado produto não incluir esse símbolo. Das duas, uma: ou não respeita as boas práticas ambientais, ou não respeita as boas práticas sociais. É uma interpretação bem diversa da que pode fazer hoje em dia, já que podem dar-se três casos: ou não respeita as boas práticas ambientais, ou não respeita as boas práticas sociais, ou simplesmente não pediu o certificado.

Um sistema de certificação universal é uma solução simbiótica que informa o consumidor, favorece o agente económico ético e incentiva o agente económico não-ético à alteração das suas práticas sem o banir do mercado.

6. O *buycott* e o *boycott*

Na senda de uma postura proativa por um consumo ético, é incontornável a referência às figuras do *buycott* e do *boycott*.

A prática do *buycott* pressupõe uma ideia de consumo politizado, cuja opção de transação visa, entre o mais, enviar uma mensagem de aprovação ao vendedor ou ao produtor, seja ela de cariz ambiental, social, valorativo ou político. Pode traduzir-se, em linguagem corrente, num aplauso comercial à responsabilidade da empresa. Em oposição ao *boycott*, o *buycott* implica contratar apenas com os agentes económicos que oferecem uma garantia ética do produto ou serviço, desconsiderando os demais que não estejam em posição de o fazer.

Por outro lado, o *boycott* (em língua portuguesa, boicote) envolve uma atitude ativa de não só não comprar um produto ou contratar um serviço⁵⁷ que reflita práticas consideradas pérfidas, como também desincentivar outros consumidores ou cidadãos de o fazerem. O termo *boycott* surge precisamente em referência a Charles Boycott, um gestor de terras de um latifundiário irlandês, que, em 1880, recusou a diminuição de rendas aos camponeses num ano especialmente difícil, tendo recolhido um boicote generalizado à sua atividade da parte dos camponeses e dos empresários locais em resposta à sua insensibilidade.

Ainda que aparentemente próximos e comprometidos com a mesma causa, *buycotting* e *boycotting* podem revelar-se instrumentos bem diferentes na sua operação⁵⁸, já que a ideia de boicote parece envolver uma atividade mais institucional, organizada e voltada para uma mudança política de facto e a ideia de *buycotting* parece bastar-se com uma atitude individual do consumidor. Ainda que faces da mesma moeda, o *boycott* pode desmotivar o consumidor

⁵⁷ Conforme indica JORGE MORAIS CARVALHO, "Boycott (boicote) e Buycott - O poder do consumidor está nas suas decisões", in *NOVA Consumer Blog*, 24 de janeiro de 2021, disponível no sítio <http://novaconsumerlab.fd.unl.pt/nova-consumer-blog/>, "boicotar uma empresa significa não contratar com ela. Boicotar um produto significa não o comprar".

⁵⁸ Conforme assevera LAUREN COPELAND, "Conceptualizing Political Consumerism: How Citizenship Norms Differentiate Boycotting from Buycotting", in *Political Studies*, abril de 2014, p. 2, "boycotting - penalizar empresas pelo seu comportamento desfavorável - e buycotting - recompensar empresas pelo seu comportamento favorável - [constituem] dois modos distintos de consumismo político" (tradução nossa).

por entender que o ingresso em movimentos ativistas não conduz a resultados concretos, mas o *boycott* atribui-lhe um papel determinante no simples ato de decidir ou não contratar⁵⁹.

Daqui decorre a pertinência dos sistemas de certificação. Se, à data de hoje, o consumidor que pretende desencadear uma prática da *boycotting* tem de investigar a origem do produto, o posicionamento do agente económico e o impacto ambiental da produção ou, na melhor das hipóteses, verificar o rótulo do produto e investigar sobre o que atesta o certificado, uma obrigatoriedade de adesão a um sistema de certificação universal por parte do agente económico facilitaria absolutamente a tarefa de um consumidor comprometido com o problema.

Defende-se, ainda assim, que uma mudança estrutural desta monta será lenta⁶⁰, mas não deixa de ser interessante a corrida empresarial a estratégias de *greenwashing*⁶¹ e *blue-washing*, revelando que talvez a reprovação de alguns consumidores perante determinadas práticas pode ser suficiente para potenciar progressões éticas profundas.

7. Notas conclusivas

A este ponto, já não restarão muitas dúvidas sobre a idoneidade do direito do consumo para contribuir para a erradicação da exploração laboral no setor têxtil. Não sendo certamente a via mais imediata no âmbito dos mecanismos de ação contra a violação de direitos humanos, o direito do consumo parece todavia dotar-se de características capazes de dissolver (pelo menos) parte deste problema, já que a solução que propõe não exige muito mais do que informar o consumidor.

Se outras soluções podem pecar por excesso de burocracia, ineficácia ou inércia, o direito do consumo revela que algumas das suas ferramentas jurídicas são uma excelente via de resolução do problema, uma vez que o consumidor é, nesta matéria, o maior juiz de todos os tempos, tendo a rara e infinita possibilidade de reagir à injustiça com a simples decisão de não comprar. Essa decisão não tem de passar pelos tribunais, não tem de passar sequer pela resolução alternativa de litígios. Basta-lhe uma decisão imediata – e, acima de tudo, legítima

⁵⁹ Nas palavras de ORGE CASTELLANO, "Why 'Boycotting' is The New Form of Political Activism: How Ethical Consumption Could Make or Break Your Business", 27 de junho de 2018, disponível no sítio <https://orge.medium.com/why-boycott-is-the-new-form-of-political-activism-a85a746756e3> (último acesso: 31.01.2021), "os alimentos que estamos a comer são geneticamente modificados? Os produtos de beleza que utilizamos são testados em animais? As roupas que usamos vêm de *sweatshops*, feitas por empresas que não apoiam os direitos humanos? As nossas roupas foram fabricadas através de trabalho infantil? Estas são questões relevantes que todos os consumidores devem ter em consideração antes de passarem os seus cartões de crédito" (tradução nossa).

⁶⁰ THE UNIVERSITY OF LAW - BLOG, "To buy or not to buy: Does boycotting really work?", 18 de fevereiro de 2019, disponível no sítio <https://www.law.ac.uk/resources/blog/to-buy-or-not-to-buy-does-boycotting-really-work/> (último acesso: 31.01.2021).

⁶¹ Veja-se, ainda em 2016, uma investigação que denunciou a incongruência entre as práticas anunciadas pelas gigantes da moda face à realidade no terreno: SACOM, *Reality Behind Brands' CSR Hypocrisy: An Investigative Report on China Suppliers of ZARA, H&M, and GAP*, 2016, disponível no sítio <http://sacom.hk/wp-content/uploads/2018/11/Zara-HM-and-GAP-Full-report.pdf> (último acesso: 31.01.2021).

– de não contratar. Essa decisão, ainda que dependente de um consumidor necessariamente informado, tem um poder mais dissuasor do que mil coimas aplicadas.

Informar o consumidor, ainda que à primeira vista pareça uma solução exequível, exige um trabalho triangular entre os atores políticos, os agentes económicos e os próprios consumidores.

Dito isto, existe ainda um caminho a percorrer, desde logo na sensibilização dos agentes económicos para a importância de adesão a um sistema de certificação (pelo menos ao dia de hoje, em que nenhum deles é obrigatório)⁶². É também imperativo uma tomada de posição acerca da proliferação de sistemas de certificação, sob pena de uma boa solução obter um resultado infrutífero.

Previendo uma conclusão profícua, finalizar com a elucidação de que a exploração laboral no setor têxtil é um problema multidisciplinar que exige o contributo de várias áreas do direito, não sendo naturalmente uma solução de direito do consumo o único mecanismo disponível para aliviar o problema, mas sendo ela, provavelmente, uma das mais eficazes, assim saiba ser uma mais-valia para o consumidor no caminho do *buycott*.

Bibliografia

ABOVE GROUND and JUSTIÇA GLOBAL, *Swept Aside. An Investigation into Human Rights Abuse at Kinross Gold's Morro do Ouro Mine*, 2017, disponível no sítio <http://www.global.org.br/wp-content/uploads/2018/01/Swept-Aside.pdf>

ABREU, LÍGIA CARVALHO, “Os Princípios do Direito da Moda e sua Relevância na Construção e Autonomia de uma Nova Disciplina Jurídica”, in AA. VV., *Direito da Moda*, Vol. I, CEDIS, 2019

ALMEIDA, CARLOS FERREIRA DE, *Direito do Consumo*, Coimbra, Almedina, 2005

ASCENSÃO, JOSÉ DE OLIVEIRA, *O Direito: Introdução e Teoria Geral*, 13.ª edição refundida, Coimbra, Almedina, 2006

BERLANZA, RHAYZA VIEIRA, “O Trabalho na Indústria Têxtil”, in AA. VV., *Direito da Moda*, Vol. I, CEDIS, 2019

BETTER WORK, *Jordan - Annual Report 2018: An Industry and Compliance Review*, 2018

BIGNANI, RENATO, “Trabalho Escravo Contemporâneo: o Sweating System no Contexto Brasileiro Como Expressão do Trabalho Forçado Urbano”, in *Trabalho Escravo Contemporâneo: o Desafio de Superar a Negação* (coord. de Gabriel Velloso e Marcos Neves Fava), 2011, São Paulo, LTr;

⁶² Veja-se, por exemplo, no que toca ao certificado OEKO-TEX, em que à data de hoje apenas uma empresa em Portugal se encontra registada: verificável no sítio <https://www.oeko-tex.com/en/buying-guide> (último acesso: 31.01.2021).

CARVALHO, JORGE MORAIS, "Boycott (boicote) e Buycott - O poder do consumidor está nas suas decisões", in *NOVA Consumer Blog*, 24 de janeiro de 2021, disponível no sítio <http://novaconsumerlab.fd.unl.pt/nova-consumer-blog/>

CARVALHO, JORGE MORAIS, *Manual de Direito do Consumo*, 7.ª Edição, Coimbra, Almedina, 2020

CASTELLANO, ORGE, "Why 'Buycotting' is The New Form of Political Activism: How Ethical Consumption Could Make or Break Your Business", 27 de junho de 2018, disponível no sítio <https://orge.medium.com/why-buycott-is-the-new-form-of-political-activism-a85a746756e3>

CENTRE FOR RESEARCH ON MULTINATIONAL CORPORATIONS, *Fact Sheet: Child Labour in the Textile & Garment Industry - Focus On the Role of Buying Companies*, março de 2014, disponível no sítio http://somo.nl/publications-en/Publication_4058

CCC (CLEAN CLOTHES CAMPAIGN), *Annual Report 2019*, 2019, disponível no sítio <https://cleanclothes.org/about/annual-reports>

COPELAND, LAUREN, "Conceptualizing Political Consumerism: How Citizenship Norms Differentiate Boycotting from Buycotting", in *Political Studies*, abril de 2014

DIREÇÃO-GERAL DO CONSUMIDOR, *Vestuário e Calçado*, junho de 2015, disponível no sítio https://a5fc73e9-5e17-4fda-8798-f8d8a4e16188.filesusr.com/ugd/6ac35c_8e212a7017e04e40832f1bd4d40fb4a9.pdf

ELLER, KLAAS HENDRIK, "Unboxing Transformative Private Law", in *Transformative Private Law Blog*, 22 de outubro de 2020, disponível em <https://transformativeprivatelaw.com/unboxing-transformative-private-law/>

FRA - AGÊNCIA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DA UNIÃO EUROPEIA, *Severe Labour Exploitation: Workers Moving Within or Into the European Union. States' Obligations and Victims' Rights*, 2015, disponível no sítio <https://fra.europa.eu/en/publication/2015/severe-labour-exploitation-workers-moving-within-or-european-union>

HEDLEY, STEVE, "Marija Bartle: The Idea of Transformative Private Law", in *Private Law Theory Blog*, 2 de março de 2020, disponível no sítio https://private-law-theory.org/?page_id=22735

INTERFAITH CENTER ON CORPORATE RESPONSIBILITY, *Best Practice Guidance on Ethical Recruitment of Migrant Workers*, abril de 2017, disponível no sítio https://www.iccr.org/sites/default/files/iccrsbestpracticeguidanceethicalrecruitment05.09.17_final.pdf

INTERNATIONAL LABOUR OFFICE (ILO) & WALK FREE FOUNDATION, *Global Estimates of Modern Slavery: Forced Labour and Forced Marriage*, Geneva, 2017, disponível no sítio http://www.ilo.org/global/topics/forced-labour/publications/WCMS_586127/

KNOW THE CHAIN, *Apparel & Footwear Benchmark Findings Report*, 2018, disponível no sítio <https://knowthechain.org/resources/companies/>

MANOLOPOULOS, CONSTANTINOS, no prefácio de FRA - AGÊNCIA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DA UNIÃO EUROPEIA, *Severe Labour Exploitation: Workers Moving Within or Into the European Union*.

States' Obligations and Victims' Rights, 2015, disponível no sítio https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra-2015-severe-labour-exploitation_en.pdf

MINDEROO FOUNDATION'S WALK FREE INICIATIVE, *Fishing*, 2018, disponível no sítio <https://www.globallslaveryindex.org/2018/findings/importing-risk/fishing/>

MINDEROO FOUNDATION'S WALK FREE INICIATIVE, *Measurement, Action, Freedom: An Independent Assessment of Government Progress Towards Achieving UN Sustainable Development Goal 8.7.*, junho de 2019, disponível no sítio www.globallslaveryindex.org/resources/downloads/

MONTEIRO, ANTÓNIO PINTO, "O Papel dos Consumidores na Política Ambiental", in *Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra*, Vol. LXXII, 1996

PINTO, CARLOS ALBERTO DA MOTA, *Teoria Geral do Direito Civil*, 4.ª edição (reimpressão), Coimbra, Coimbra Editora, 2012

PINTO, CARLOS ALBERTO DA MOTA / MONTEIRO, ANTÓNIO PINTO / PINTO, PAULO MOTA, *Teoria Geral do Direito Civil*, 4.ª edição, Coimbra, Coimbra Editora, 2005;

SACOM, *Reality Behind Brands' CSR Hypocrisy: An Investigative Report on China Suppliers of ZARA, H&M, and GAP*, 2016, disponível no sítio <http://sacom.hk/wp-content/uploads/2018/11/Zara-HM-and-GAP-Full-report.pdf>

SILVA, MARIA MIGUEL OLIVEIRA DA, "€199,99 Para Quem? Entre o Direito do Consumo e os Direitos Humanos", in *Casos Práticos Resolvidos de Direito do Consumo* (coord. Jorge Morais Carvalho e Maria Miguel Oliveira da Silva), Vol. II, Almedina, Coimbra, 2020

SINGER, PETER, "Todos os animais são iguais", in *Os Animais Têm Direitos?: Perspectivas e Argumentos* (org. e trad. Pedro Galvão), 1.ª edição, Lisboa, DinaLivro, 2011

SOMO (STICHTING ONDERZOEK MULTINATIONALE ONDERNEMINGEN), *Cobalt Blues: Environmental Pollution and Human Rights Violations in Katanga's Copper and Cobalt Mines*, abril de 2016, disponível no sítio <https://www.somo.nl/cobalt-blues/>

SOMO (STICHTING ONDERZOEK MULTINATIONALE ONDERNEMINGEN), *Migrant Labour in the Textile and Garment Industry: a Focus on the Role of Buying Companies*, fevereiro de 2016, disponível no sítio <https://www.somo.nl/wp-content/uploads/2016/02/FactsheetMigrantLabour.pdf>

STATISTICS MAURITIUS, *Digest of Labor Statistics 2017*, 2017

THE EU ECOLABEL FOR TEXTILES PRODUCTS, "The Official European Label for Greener Products", disponível no sítio https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/textile_factsheet.pdf

THE UNIVERSITY OF LAW - BLOG, "To buy or not to buy: Does boycotting really work?", 18 de fevereiro de 2019, disponível no sítio <https://www.law.ac.uk/resources/blog/to-buy-or-not-to-buy-does-boycotting-really-work/>

VERITÉ, *Strengthening Protections Against Trafficking in Persons in Federal and Corporate Supply Chains*, 2017, disponível no sítio

https://www.responsiblesourcingtool.org/download/reports/JTIP_ExecutiveOrder_Report_2017_06.pdf

(texto submetido a 22.02.2021 e aceite para publicação a 5.04.2021)